

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Goffman memiliki asumsi bahwa ketika seseorang berinteraksi dan memperlihatkan atau menyajikan suatu gambaran yang akan diterima oleh orang lain melalui cara berkomunikasi, berbusana, berjalan dan cara yang lain untuk mempresentasikan dirinya, maka cara itu disebut sebagai *impression management*. Menurut Goffman, kita mengelola informasi yang kita berikan kepada orang lain. Kita mengendalikan pengaruh yang akan kita timbulkan dari busana, penampilan dan kebiasaan kita terhadap orang lain supaya mereka memandang kita sebagai orang yang kita tunjukkan (Dini Rosiana Dewi¹, 2016).

Impression management atau bisa disebut pengelolaan kesan merupakan upaya mempresentasikan diri berdasarkan pada suatu perilaku dalam mengontrol pandangan orang lain secara cepat dan menggunakan aspek yang dapat menguntungkan individu maupun organisasi. Seringkali seseorang melakukan pengelolaan kesan untuk mendapatkan suatu citra baik atau mencapai suatu keinginan yang berdampak positif bagi lingkungan sekitar.

Customer service merupakan seseorang yang memegang peran penting dalam menjalankan pelayanan di suatu perusahaan layanan jasa. Selain itu seorang yang berada di posisi ini, mereka memiliki kendali atau bisa disebut tulang punggung di setiap kegiatan operasional dunia keuangan atau perbankan. Selain itu *customer service* harus memberikan pelayanan yang cepat, tepat, akurat, baik, dan mampu

mempertahankan nasabah pada suatu bank guna untuk menjadi konsumen dalam jangka waktu yang lama.

Pengertian bank adalah tempat peminjaman serta penyimpanan uang. Peranan perbankan pada era modern saat ini menjadi suatu acuan bagi negara untuk memajukan perekonomian yang sangat besar. Hal ini dikarenakan bank merupakan sector yang menghubungkan semua kegiatan keuangan baik dari perorangan, lembaga maupun jasa keuangan lainnya. Secara sederhana bank dapat diartikan sebagai lembaga keuangan yang menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali kepada masyarakat tersebut dengan memberikan jasa – jasa pelayanan bank lainnya (Kamsir, 2015).

Fenomena hubungan industrial dan kajian sosiologi industry terdapat keterkaitan spasial yang didalamnya ada ruang – ruang sosial dan suatu saat dapat berubah. Bank merupakan ruang – ruang material, impression management merupakan serangkaian kegiatan dalam rangka mengubah ruang – ruang sosial menjadi ruang – ruang material.

PT Bank Rakyat Indonesia mendapatkan image positive yang melekat pada diri masyarakat dari kalangan bawah sampai menengah dengan julukan atau image baik yakni bank milik rakyat sehingga dalam mencari nasabah, PT Bank Rakyat Indonesia sangat mudah karena image baik tersebut. Saat ini PT Bank Rakyat Indonesia menempati peringkat ke tiga di Indonesia dengan pola pelayanan terbaik kepada nasabah. Pola pelayanan tersebut berupa fasilitas memadai, manajemen waktu baik, tingkat kebersihan kantor dan para karyawan berkualitas yang menjadi fokus utama demi menarik minat para nasabah. Selain pemaparan diatas, seorang

customer service memiliki standart pelayanan dalam melakukan suatu pengelolaan kesan atau disebut *impression management* pada saat melayani nasabah untuk mendapat dan mempertahankan kepuasan.

Costumer Service Bank BRI yang berada di kota Pasuruan memiliki pedoman yang disebut dengan standart pelayanan seperti cara penyampaian produk, cara berpakaian dan cara berpenampilan. Standart pelayanan yang ada di bank BRI kota pasuruan ini sebagai pedoman *customer service* dalam melakukan *impression management* kepada nasabah bank BRI, *impression management* seorang *customer service bank BRI* dalam bentuk cara berpakaian pada *bank BRI* kota Pasuruan yakni, setiap hari senin karyawan menggunakan atasan putih yang berlogo BRI, bawahan gelap dan memakai sepatu fantovel berwarna gelap, hari Selasa dan Kamis seorang *Customer Service* memakai kemeja batik, dan bawahan gelap dan memakai fantovel, setiap hari Rabu dan Jumat mengenakan Smart Casual , *id card* bertuliskan karyawan Bank BRI.

Impression management dalam cara berpenampilan seorang *customer service bank BRI* kota Pasuruan yakni , seorang *customer service* baik pria maupun wanita harus terlihat good looking , maka biasanya *customer service* pria dalam berpenampilan dituntut untuk rapi, bermakeup tipis ala pria seperti menggunakan pomade pada rambut , dan untuk wanita apabila tidak mengenakan jilbab maka rambut harus dicepol, bermakeup natural agar tetap terlihat cantik didepan nasabah.

Impression management Customer Service pada *bank BRI* kota Pasuruan dalam segi Cara penyampaian yakni, keluwesan dalam berbicara, menggunakan bahasa yang sudah menjadi standart pelayanan bank yakni bahasa Indonesia yang

baik, namun *customer service* pada bank BRI kota Pasuruan bukan hanya berpedoman pada bahasa Indonesia sebagai acuan standart, seorang *customer service bank BRI* kota Pasuruan juga harus memakai bahasa daerah yang sopan karena tidak semua nasabah bank BRI mengerti akan bahasa Indonesia, hal ini diterapkan agar pada saat berdialog dengan nasabah, seorang nasabah tidak merasa asing dengan pelayanan yang diberikan bank BRI kota Pasuruan, sehingga nasabah dengan mudah membaur dengan seorang *customer service*, dengan demikian seorang *customer service* mampu memberikan pelayanan yang tepat sesuai dengan keinginan nasabah.

PT Bank Central Asia merupakan bank swasta terbesar di Indonesia yang terus menawarkan solusi perbankan untuk menjawab segala kebutuhan finansial nasabah. PT Bank Central Asia pada tahun ini juga mendapatkan peringkat ke 2 se Indonesia dalam kualitas pelayanan terbaik. Seiring berkembangnya zaman, PT Bank Central Asia juga memperbaiki system yang ada, baik dari segi kualitas pelayanan, penawaran produk yang dimiliki, dan marketing perusahaan. Maka dari itu pembaharuan system ini sangat menguntungkan bagi PT Bank Central Asia dan nasabah, karena pembaharuan system yang ada dibuat lebih mudah, sehingga apabila nasabah ingin bertransaksi di PT Bank Central Asia akan lebih mudah dan cepat.

PT Bank Central Asia juga memiliki layanan perbankan secara praktis, aman, dan mudah yakni, Klik BCA (KBI) dimana layanan ini diberikan BCA kepada nasabah agar dapat melakukan berbagai transaksi perbankan seperti cek saldo, informasi kartu kredit, transaksi kartu kredit maupun debit dan lain lain (Achmad Fikri Syarif, 2017).

Customer Service pada PT Bank Central Asia cabang Malang, memiliki aturan – aturan untuk melaksanakan kegiatan pelayanan, aturan – aturan tersebut dinamakan Standarisasi Pelayanan Nasional yang meliputi berbagai hal yakni, tetap mengedepankan *tagline* PT Bank Central Asia Malang yang berbunyi 3S (Salam, Senyum, Sapa), pelayanan dengan hati , cara berpakaian, *time manage*, dan standarisasi penggunaan Makeup dan penampilan serta adanya standar BSI. Karena ada standarisasi pelayanan yang ada maka seorang *Customer Service* PT Bank Central Asia dalam melakukan *Impression Management* berpedoman pada hal tersebut.

Impresion Management Pegawai *Customer Service* pada PT Bank Central Asia Malang yakni, pada saat tiga kali menyebut nama nasabah, seorang *customer service* harus menerapkan 3S (Salam, Senyum, Sapa) apabila nasabah sudah berada didepan *customer service* untuk bertransaksi. *Impression management* selanjutnya adalah pada saat pelayanan didepan nasabah, *seorang customer service* harus memberikan pelayanan dengan hati, yang mana dalam melayani nasabah tidak boleh merasa terpaksa, hal ini digambarkan dengan mimik wajah yang baik, lalu pada saat pengenalan diri, seorang *customer service* Bank Central Asia menggunakan bahasa yang sopan dan santun dan lebih menganggap seorang nasabah ini adalah teman, sehingga memunculkan sikap nyaman bagi nasabah yang sedang bertransaksi.

Penerapan cara berpakaian seorang *customer service* pada PT Bank Central Asia Malang adalah jika hari senin sampai kamis menggunakan seragam rapi dengan menggunakan fantovel hitam dan memiliki heels yang runcing, jika seorang pria maka menggunakan sabuk dan kaos kaki hitam serta dasi, dan dihari jumat

mengenakan pakaian kemeja dan memakai sepatu yang menutup jari – jari kaki, namun jika ada hari pelanggan, biasanya PT Bank Central Asia akan menentukan *dresscode* yang berbeda dihari itu sehingga munculah sebuah pandangan dari nasabah bahwa hari pelanggan adalah hari mereka, hal ini dilakukan agar seorang *customer service* memiliki wibawa yang baik didepan nasabah.

Impression Management customer service PT Bank Central Asia Malang, harus terlihat memiliki *inner beauty* , agar terlihat seperti itu seorang customer service bank perempuan bermakeup natural tanpa eyeshadow dimata, mengenakan alis dengan warna coklat tua, menggunakan eyeliner yang hanya segaris, blush on berwarna pink natural atau coklat, lipstick merah, mencepol rambutnya dan ala pramugari namun cepolan menghadap kebawah, pada saat mencepol rambutnya dengan menggunakan karet berwarna hitam serta jepit berwarna hitam.

Saat selesai jam kerja seorang Customer Service bank PT Bank Central Asia dalam perjalanan pulang juga tetap memakai fantovel yang ada, hal ini dilakukan apabila sewaktu – waktu bertemu dengan nasabah dijalan, maka image baik dan rapi dari penampilan seorang customer service PT Bank Central Asia Malang dapat memberikan nilai plus dari nasabah, dan tidak beranggapan bahwa rapi hanya pada saat jam kerja saja,selanjutnya pada saat melayani nasabah, seorang customer service dalam mengelola kesan harus terlihat cepat,tanggap,dan professional, hal ini dilandaskan pada aturan *time manage* yang diberikan hal ini dilakukan agar nasabah juga tidak merasa bosan dan dapat memberikan tanggapan baik kepada *customer service*.

Setelah transaksi selesai, seorang customer service PT Bank Central Asia memberikan sosialisasi dengan menggunakan kata – kata yang baik dan sopan hal ini dilakukan untuk memberikan evaluasi dan penilaian secara langsung oleh nasabah, sehingga dengan adanya penilaian setiap hari, sehingga ada image baik yang didapat, dan mempermudah mempertahankan nasabah dan mencari nasabah

Berdasarkan penjelasan tersebut, terdapat perbedaan antara impression management seorang *customer service* yang ada di dua bank tersebut. Maka penulis tertarik untuk melakukan perbandingan antara impression management costumer service di dua bank tersebut. Oleh karena itu, penulis mengambil judul “Impression Management Customer Pegawai Customer Service Bank ”(studi komparatif pada bank BRI dan BCA).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalahnya adalah bagaimana *impression management* pegawai *customer service* pada bank BRI dan BCA?

1.3 Tujuan Masalah

Untuk mengetahui *impression management* yang dilakukan oleh pegawai yang berprofesi sebagai *customer service* pada bank BRI dan BCA.

1.4 Manfaat

1.4.1 Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kajian sosiologi industri ,menambah ilmu pengetahuan, mengevaluasi serta mengkritik teori tentang dramaturgical yang dilihat pada pegawai bank yang berprofesi sebagai *customer service* pada saat melakukan *Impression Management*, serta memberikan suatu informasi baru dalam bidang akademis khususnya pada jurusan Sosiologi dengan berlandaskan teori dari Erving Goffman.

1.4.2 Praktis

a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan perusahaan dapat meningkatkan suatu kinerja atau pelayanan yang lebih baik agar mampu menarik minat nasabah dalam bertransaksi, serta meningkatkan nilai provit bagi PT Bank BRI di Kota Pasuruan dan BCA di kota Malang.

b. Bagi Jurusan Sosiologi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi baru bagi jurusan sosiologi, serta mampu meningkatkan, mengembangkan dan mengkaji serta mengkritisi teori Erving Goffman, sehingga akan menjadi suatu literatur baru pada jurusan sosiologi Universitas Muhammadiyah Malang.

c. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi baru, serta mampu menumbuhkan cara berfikir yang kritis, kreatif dan inovatif agar dapat mengembangkan informasi – informasi baru yang dapat dikonsumsi publik dengan baik.

1.5 Definisi Konsep

1.5.1 *Impression Management*

Menurut Erving Goffman *impression management* merupakan suatu manajemen kesan yang dibutuhkan dalam mempresentasikan diri dihadapan orang lain agar dapat diterima dengan baik. Goffman memaparkan bahwa diri sebagai penampil (*self as performer*), bukan semata – mata sebagai produk social, namun juga sebuah motivasi. *Impression management* dilakukan pada saat berhadapan dengan oranglain, hal ini tentunya untuk mendapatkan suatu perspektif yang baik seperti pujian, dan kesuksesan dalam *karier* (Alim, 2014).

1.5.2 *Customer Service*

Customer service merupakan seseorang yang memegang peran penting dalam menjalankan pelayanan di suatu perusahaan layanan jasa. Selain itu seorang yang berada diposisi ini, mereka memiliki kendali atau bisa disebut tulang punggung disetiap kegiatan operasional dunia keuangan atau perbankan. Selain itu *customer service* harus memberikan pelayanan yang cepat, tepat, akurat, baik, dan mampu mempertahankan nasabah pada suatu bank guna untuk menjadi konsumen dalam jangka waktu yang lama.

1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Data yang diperoleh melalui penelitian adalah data yang teramati, atau data empiris yang mempunyai tingkat ketepatan (*valid*) antara data yang sesungguhnya pada obyek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti dan mengacu pada :

a. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang dilakukan menggunakan jenis penelitian kualitatif. Peneliti berusaha untuk memahami realita yang terjadi dan kaitan – kaitannya dalam situasi tertentu. Penelitian kualitatif memiliki ciri yakni, peneliti melakukan observasi atau wawancara. Selain itu pada penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang dilakukan dalam situasi yang wajar (*natural setting*) dan data yang dikumpulkan umumnya bersifat kualitatif.

b. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah jenis komparatif. Penelitian komparatif merupakan suatu jenis penelitian yang membandingkan keberadaan satu variable atau lebih pada dua atau lebih sampel yang berbeda, atau pada waktu yang berbeda (Sugiyono, METODE PENELITIAN kuantitatif dan kualitatif dan R&D).

Penelitian komparatif adalah penelitian yang bersifat membandingkan. Penelitian ini dilakukan untuk membandingkan persamaan

dan perbedaan dua atau lebih fakta-fakta dan sifat-sifat objek yang di teliti berdasarkan kerangka pemikiran tertentu. Pada penelitian ini variabelnya masih mandiri tetapi untuk sampel yang lebih dari satu atau dalam waktu yang berbeda.

Menurut Nazir (2005: 58) penelitian komparatif adalah sejenis penelitian deskriptif yang ingin mencari jawaban secara mendasar tentang sebab-akibat, dengan menganalisis faktor-faktor penyebab terjadinya ataupun munculnya suatu fenomena tertentu.

Jadi penelitian komparatif adalah jenis penelitian yang digunakan untuk membandingkan antara dua kelompok atau lebih dari suatu variabel tertentu.. Dalam jenis penelitian kualitatif, peneliti menggunakan study komparatif agar dapat menggali data tentang *impression management* pegawai *customer service* bank melalui serangkaian teknik penelitian dan ungkapan dari subyek peneliti.

Mengingat bahwa *impression management* bukan hanya berbicara tentang cara pegawai *customer service* bank dalam mengelolah kesan pada saat jam kerja maupun tidak dalam jam kerja serta, mengetahui perbedaan pengelolaan kesan yang dilakukan antara pegawai *customer service* bank BRI dan BCA di kota Malang sehingga mendapatkan tingkat validitas data yang akurat.

c. Unit Analisa

Analisa yang digunakan peneliti adalah analisa mikro. Analisa mikro yaitu menjelaskan fenomena social dengan fokus pada interaksi social. Kemudian secara umum, teori dramaturgikal ini merupakan tipe

mikroskopik, sistematis dan dinamis, yang menghadirkan upaya untuk mengembangkan sebuah pandangan tentang fenomena sosial yang mencerminkan penafsiran inheren dalam dinamika interaksi (Kinloch, Januari, 2009).

d. Lokasi penelitian

Lokasi penelitian yang diambil oleh peneliti adalah PT Bank Rakyat Indonesia kantor cabang kota Pasuruan, dan PT Bank Central Asia kantor cabang kota Malang karena, PT Bank Rakyat Indonesia kantor cabang Pasuruan dan PT Bank Central Asia kantor cabang Malang memiliki daya tarik pada pelayanan yang diberikan kepada para nasabah, selain itu letak lembaga keuangan yang strategis dan berada di kota Pasuruan dan Malang, peneliti meyakini bahwa disetiap PT Perbankan yang ada di kota Pasuruan dan Malang khususnya pada PT Bank Rakyat Indonesia dan PT Bank Central Asia memiliki standar pelayanan yang berbeda, dengan adanya standar pelayanan yang berbeda, maka *impression management* pegawai *customer service* antara PT Bank Rakyat Indonesia kantor cabang Pasuruan dengan PT Bank Central Asia kantor cabang Malang juga berbeda. Sehingga memudahkan peneliti dalam melakukan study komparatif di kedua tempat tersebut.

e. Sumber Data

Sumber data dibagi menjadi dua yaitu sumber data primer dan sekunder. Sumber data primer adalah data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti. Data primer didapatkan dari teknik pengumpulan data yang sudah

ditemukan oleh peneliti yaitu bertemu langsung dengan subyek peneliti. Sedangkan data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber – sumber tertentu misalnya, foto maupun video saat penelitian dan keterangan yang diambil dari informan.

f. Teknik pengambilan sampel

Penentuan subjek dengan menggunakan Purposive sampling, penelitian purposive sampling merupakan pengambilan sampel yang dipilih dengan cermat sehingga relevan dengan design penelitian (Nasution, 2011 ; 98). Purposive sampling merupakan suatu pengambilan sampel dimana peneliti mengambil sampel secara terpilih yang merujuk pada ciri – ciri yang spesifik. Subyek yang di pilih oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Subyek sebagai Customer Service Bank BRI cabang Pasuruan
2. Subyek sebagai Customer Service Bank Central Asia Cabang Malang

g. Teknik pengumpulan data

1. Interview / wawancara merupakan serangkaian kegiatan yang akan dilakukan peneliti dengan cara bertemu informan sehingga dengan melakukan wawancara akan memudahkan peneliti dalam mengumpulkan data awal dan memudahkan dalam menemukan permasalahan yang akan diteliti. Teknik pengumpulan data melalui wawancara ini menggunakan wawancara tidak terstruktur , dimana peneliti berpedoman dengan garis – garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.

Dalam penelitian kali ini peneliti melakukan wawancara dengan *customer service* bank BRI maupun bank BCA untuk mendapatkan informasi awal atau data awal. Subjek yang akan diteliti telah ditentukan, maka sebelum melakukan wawancara, peneliti meminta waktu terlebih dahulu peneliti sebelum meminta waktu terlebih dahulu, peneliti berusaha untuk meminta contact person subjek yang akan diwawancarai.

Setelah mendapatkan contact person subjek, langkah selanjutnya adalah menghubungi subjek dan memperkenalkan diri, lalu langkah selanjutnya apabila subjek memberikan izin untuk diwawancarai, maka peneliti meminta waktu luang kepada subjek yang akan diwawancarai apabila sudah menemukan waktu yang tepat, peneliti dan subjek dapat membuat janji untuk bertemu sehingga memunculkan suasana yang baik saat melakukan wawancara dikarenakan subjek dan peneliti sudah ada contact sebelumnya dan mengurangi rasa canggung pada saat wawancara.

Teknik pengumpulan data melalui wawancara ini dilakukan pada saat seorang subjek berada di ruang *back stage* (panggung belakang). Wawancara ini dilakukan pada saat seorang *customer service* berada di belakang panggung karena, pada ruang *front stage* (panggung depan) atau *front liner* , seorang customer service harus melakukan sebuah pelayanan yang baik dan mempresentasikan diri dengan baik didepan nasabah, sehingga tidak dapat diganggu pada saat jam kerja

berlangsung, dengan kata lain , wawancara ini tidak dapat dilakukan secara bebas.

2. Observasi merupakan teknik pengumpulan data mempunyai ciri spesifik. Observasi yang digunakan oleh peneliti ada dua yakni observasi partisipatif pasif , dan observasi sistematis. Pada ruang *front stage* peneliti menggunakan observasi partisipatif pasif dimana peneliti datang ke bank BRI Pasuruan dan bank BCA Malang namun peneliti tidak terlibat dalam kegiatan tersebut, sehingga peneliti hanya mengamati cara customer service pada saat melakukan *impression management* di depan nasabah.

Saat melakukan observasi partisipatif pasif, maka peneliti mendatangi kedua kantor tersebut, dengan membawa surat izin penelitian dari jurusan, setelah itu surat izin penelitian ini diberikan kepada pimpinan kantor tempat peneliti melakukan penelitian, setelah itu peneliti melakukan observasi dengan cara mengamati *impression management* seorang pegawai customer service yang ada di kedua bank tersebut tanpa perlu terlibat langsung dalam kegiatan *impression management* yang dilakukan *customer service* pada saat melayani nasabah.

Observasi sistematis digunakan oleh peneliti pada saat subjek berada di ruang *back stage*. Observasi sistematis sendiri merupakan serangkaian kegiatan Teknik pengumpulan data dengan mengkategorikan aktifitas – aktifitas dan fenomena fenomena yang perlu diperhatikan atau diamati. Maka pada saat melakukan observasi sistematis seorang peneliti melakukan di belakang panggung seorang *customer service* , dimana

observasi ini biasa dilakukan di rumah, maupun tempat – tempat tertentu seperti café, mall dan lain – lain. Sehingga dengan melakukan observasi sistematis ini peneliti dapat dengan mudah mengkategorikan beberapa aktivitas dan fenomena fenomena yang dilakukan subjek tanpa terhalang oleh ruang – ruang yang mengikat.

Sebelum melakukan proses observasi, peneliti melewati berbagai proses yang luar biasa, mulai dari penentuan subjek *customer service* Bank Rakyat Indonesia. Melalui tahap pembuatan surat dan memberikan surat tersebut pada pihak kantor BRI cabang unit Jogosari, setelah mengirimkan surat kepada pihak kantor, peneliti harus menunggu persetujuan dari pihak BRI dari kapan mulai melakukan observasi, karena tidak bisa seenaknya masuk pada lembaga keuangan, setelah beberapa minggu menunggu konfirmasi. Pada akhirnya pihak kantor BRI menghubungi peneliti dan mengabarkan bahwa boleh melakukan penelitian atau observasi wawancara dan pengambilan dokumentasi di kantor BRI KCU Jogosari Pandaan.

Proses yang luar biasa juga terjadi pada peneliti saat menentukan subjek dan tempat observasi untuk penelitian di Bank Central Asia, dari pencarian lokasi untuk observasi, peneliti harus membuat *announcement* lewat media social untuk dapat menjalin relasi terlebih dahulu dengan *customer service office* Bank Central Asia kota Malang. selang beberapa jam, beberapa followers membalas *announcement* tersebut melalui *direct message*. Setelah berdiskusi bersama followers, peneliti lalu diberikan nomor *customer service office* Bank Central Asia

KCU Galunggung kota Malang, setelah mendapatkan nomor *customer service*, peneliti memberikan pesan melalui aplikasi wa untuk memperkenalkan diri kepada CSO Bank Central Asia, setelah terjalin relasi yang cukup baik, baru peneliti membuat surat untuk perizinan penelitian wawancara dan observasi pada pihak Bank Central Asia KCU Galunggung. Selang beberapa minggu sekitar hampir satu bulan, baru disetujui oleh kepala cabang unit Bank Central Asia KCU Galunggung. Setelah mendapatkan persetujuan, peneliti membuat jadwal untuk melakukan observasi baik di kantor atau diluar kantor. Dengan demikian serangkaian proses untuk melakukan observasi di kedua bank tersebut.

3. Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambaran atau karya – karya monumental dari seseorang. Peneliti dalam melakukan dokumentasi dibantu dengan menggunakan alat seperti kamera, tripod dan handphone, dimana kamera untuk mengambil gambar dan video dalam kegiatan yang akan diamati, tripod untuk menopang kamera atau menjadi alat bantu untuk menegakan kamera, karena peneliti melakukan penelitian seorang diri, lalu untuk handphone, peneliti menggunakan handphone untuk audio record sehingga data yang ditemukan akan lebih valid, baik dari segi audio, visual maupun audio visual.

Pada kegiatan dokumentasi ini, peneliti menggunakan alat bantu berupa camera mirolles, tripod, dan handphone. Kegiatan dokumentasi ini berlangsung bersamaan dengan kegiatan observasi dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti. Mirolles dipasang disudut ruangan yang

pas dengan menggunakan tripod, hal ini dilakukan agar kualitas video stabil serta memudahkan peneliti dalam merekam berbagai kegiatan karena kondisi peneliti yang melakukan penelitian seorang diri, selanjutnya untuk mendapatkan dokumentasi secara visual maupun audio visual dengan baik.

Dokumentasi selanjutnya adalah peneliti menggunakan handphone guna untuk audio record, handphone disetting dalam bentuk audi record berupa ucapan menjadi teks, sehingga setelah audio record selesai, maka percakapan baik saat wawancara maupun observasi akan berubah menjadi teks percakapan sesuai dengan percakapan yang ada sehingga dengan mudah membantu peneliti untuk memasukan data – data hasil audi record dengan mudah tanpa perlu mengetik ulang kembali.

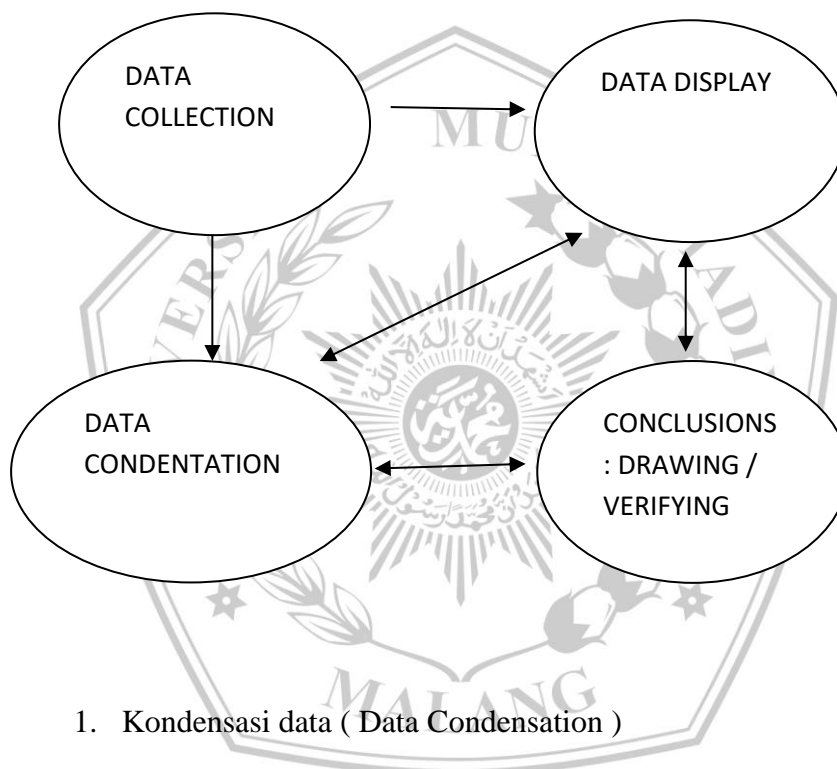
h. Teknik analisa data

Analisa data dalam penelitian kualitaif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama dilapangan, dan setelah selesai dilapangan. Menurut miles Huberman dan saldana analisa data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu.

Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisa terhadap jawaban yang di wawancarai. Bila jawaban yang di wawancarai setelah dianalisa terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi , sampai tahap tertentu, di peroleh data yang dianggap kredibel.

Miles, Huberman dan Saldana (2014), mengemukakan bahwa didalam analisis data kualitatif terdapat tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan. Aktivitas ini dalam analisis data yaitu : data *Condensation*, data *Display* dan *Conclusion/ Drawing/ verification*.

Gambar 1.1 Komponen dalam analisa data interaktif Mile, Huberman dan Saldana (Matthe B.Miles, 2014).



1. Kondensasi data (Data Condensation)

Kondensasi data merujuk pada proses memilih, menyederhanakan, mengabstrakan, dan atau mentransformasikan data yang mendekati keseluruhan bagian dari catatan – catatan lapangan secara tertulis, transkrip wawancara, dokumen – dokumen dan materi empiris lainnya dimana kondensasi data ini merupakan serangkaian pensederhanaan dan pengabstrakan hasil yang didapat oleh peneliti melalui tahap observasi, wawancara, dokumentasi dan triangulasi data (Matthe B.Miles, 2014).

2. Penyajian Data (Data Display)

Penyajian data adalah sebuah pengorganisasian, penyatuan informasi yang memungkinkan penyimpulan aksi. Penyajian data membantu dalam memahami apa yang terjadi dan untuk melakukan sesuatu, termasuk analisis yang lebih mendalam atau mengambil aksi berdasarkan pemahaman dimana hasil yang didapat setelah observasi, wawancara, dokumentasi dan triangulasi data ini disajikan dalam bentuk penyatuan informasi (Matthe B.Miles, 2014).

3. Penarikan Kesimpulan (Conclusion Drawin)

Kegiatan analisis ketiga yang penting adalah menarik kesimpulan dan verifikasi. Dari permulaan pengumpulan data, seorang penganalisis kualitatif mulai mencari arti benda – benda mencatat keteraturan penjelasan, konfigurasi – konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat, dan proposisi. Kesimpulan – kesimpulan “ final “ mungkin tidak muncul sampai pengumpulan pengkodean nya, penyimpanan, dan metode pencarian ulang yang digunakan, kecakapan peneliti (Matthe B.Miles, 2014).

I. Uji Keabsahan Data

Triangulasi merupakan teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Peneliti menggunakan observasi partisipatif pasif, wawancara tidak terstruktur, dan dokumentasi untuk sumber data yang secara serempak. Disini peneliti menggabungkan semua Teknik pengumpulan data yang sudah dilakukan mulai dari hasil wawancara

pada customer service di bank BRI dan bank BCA, selain itu menggabungkan dengan kegiatan observasi partisipatif pasif dan menggabungkan Teknik pengumpulan data melalui dokumentasi baik dari segi audio record, visual maupun audio visual sehingga data yang dikumpulkan menjadi lebih valid. (Sugiyono, METODE PENELITIAN kuantitatif dan kualitatif dan R&D)

